



Le point de vue de la philosophie: L'entreprise idéologique

Yvon Pesqueux

► To cite this version:

Yvon Pesqueux. Le point de vue de la philosophie: L'entreprise idéologique. Eléonore Mounoud. La stratégie et son double - Autonomie du sujet et emprise idéologique dans l'entreprise, L'Harmattan, pp.157-180, 2004, Questions contemporaines. hal-00479788

HAL Id: hal-00479788

<https://hal.science/hal-00479788>

Submitted on 2 May 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Yvon PESQUEUX

CNAM

Professeur titulaire de la Chaire “ Développement des Systèmes d’Organisation ”

292 rue Saint Martin

75 141 Paris Cédex 03

Téléphone ++ 33 (0)1 40 27 21 63

FAX ++ 33 (0)1 40 27 26 55

E-mail yvon.pesqueux@cnam.fr

Site web www.cnam.fr/lipsor

Le point de vue de la philosophie : L’entreprise idéologique

Parler de l’entreprise conduit à questionner ce qui fonde le discours – scientifique ou médiatique – qui permette d’en parler. Et c’est bien en cela qu’il est nécessaire d’approfondir l’univers de l’idéologie et de la croyance qui est celui dans lequel modèle, image, métaphore et figure de l’entreprise plongent leurs racines dans la mesure où l’usage de ces notions, quand on les applique à l’entreprise, conduit à créer un monde qui soit cohérent avec ce qu’ils portent en eux. L’idéologie comme justificatrice - productrice de représentations mérite ainsi que l’on s’y intéresse dans la mesure où cette création va aussi dans le sens de la validation – construction de préjugés. Ce qui est en cause ici, c’est bien de la question de la déformation, du statut de la preuve quant aux représentations si l’on accepte l’existence d’un impact idéologique sur l’expression de celles-ci. Les représentations ainsi construites nous livrent en effet une structure interne du monde dont la validation se trouve aussi bien être objet de science (les “ sciences de l’organisation ” pour ce qui nous concerne) que construction de vérité dans un projet de connaissance et de reconnaissance de ce monde.

Intituler ce texte “ L’entreprise idéologique ” revient donc à indiquer deux choses :

- l’entreprise idéologique à l’œuvre pour parler de l’entreprise,
- le discours idéologique de et sur l’entreprise,

et c’est à l’analyse de ces deux aspects que seront consacrés les développements qui suivent.

Le concept d’idéologie est proche de celui de culture car il pose le problème de la contingence de la représentation à un système de valeurs et en possède la même plasticité ambiguë. Au nom de la culture, il est en effet possible de dire que la culture

Yvon PESQUEUX

française est comparable à la culture anglaise au nom d'une culture européenne tout comme l'inverse (on met alors l'accent sur la différence). Au nom de l'idéologie, on peut aussi dire qu'il existe une élaboration idéologique sur des outils de management qui constituent alors des " objets " de même que l'on peut dire que le management est lui-même idéologie. Mais elle s'en distingue aussi du fait de la façon dont elle s'articule aux références " ultimes ". Tout comme la pour la vie culturelle, il s'agit de " gérer " les rapports entre des éléments de représentations dans une manière de résoudre des incompatibilités de sens et, par exemple, des pratiques prédatrices telles le *reengineering* se trouvent ainsi valorisées au nom de l'efficacité. L'intrusion du concept de système de valeurs indique que l'idéologie, tout comme la culture, est un processus d'évaluation mais aussi celui de l'affirmation d'une vérité en rapport avec des attentes. Idéologie et culture ont quelque chose à voir avec un processus d'identification.

Avant de poursuivre plus avant sur le statut du concept d'idéologie, peut-être est-il nécessaire de préciser le sens de deux notions connexes avec lesquelles il se fonde, tout comme le concept de culture : celle de règle et celle de valeur.

La notion de règle

L'idée de règle renvoie en effet à celle de conscience car une règle n'est que règle consciente. C'est ce qui distingue la règle de l'habitude, c'est qu'il est nécessaire de connaître et de reconnaître en vérité les règles pour s'y conformer. Tout comme l'idéologie, la règle indique le comportement à avoir dans des circonstances précises et n'a donc pas de valeur universelle. La règle s'applique donc dans les limites d'une situation mais dont les circonstances se trouvent être relativement stables. A la limite des circonstances de la règle, se trouve la convention, à vocation plus générale. La règle va donc osciller entre la convention aux fondements purement formels et la référence aux situations locales. Elle possède à la fois la fonction arbitraire d'une règle du jeu et celle, rationnelle, de porter du sens. Mais le concept de règle comporte aussi l'idée de l'imitation, légitime et inviolable, dont l'impact dans l'univers idéologique tout comme dans l'univers esthétique est très important (être artiste est ainsi en quelque sorte faire comme cela doit être fait, à la manière de ...). C'est aussi, plus généralement, la référence légitime à un état de l'art.

La notion de valeur

Pour P. Foulquié¹, on entend par valeur “ *tout ce qui réaliserait la nature propre de l’agent moral (valeurs idéales), ou cette réalisation elle-même*”. Kant et Mencius parlent de la transcendance des valeurs, comme nous le dit François Jullien² : “ *ce qui fait qu’un homme est prêt à sacrifier sa vie, plutôt que de transgresser son devoir, nous dit Kant (...) est qu’il a conscience alors de “ maintenir ” et “ d’honorer ” dans sa personne la dignité de l’humanité. Car il est deux sortes de “ dignité ” dit Mencius : les dignités naturelles, “ conférées par le ciel ” (l’humanité, le sens du devoir, la loyauté ...) et les dignités sociales “ conférées par l’homme ” (prince, ministre, grand préfet ...). Si l’homme peut souffrir de paraître à ses yeux indigne de vivre, poursuit Kant, c’est qu’il peut renoncer complètement à la “ valeur de sa condition ” (matérielle et sociale), mais non à la valeur de sa personne. De même, dit Mencius (...), le “ désir de ce qui a de la valeur ” est partagé par tous les hommes ; mais ces hommes attachent communément de la valeur à des éléments qui, tels les honneurs dont le prince nous comble ou nous dépouille, n’ont pas de “ valeur authentique ”. C’est “ en eux-mêmes ”, en effet, que tous les hommes “ ont de la valeur ” mais bien peu s’en rendent compte. Ce qui, “ à leurs yeux ”, transcende les valeurs morales est l’universalité*”.

Les domaines d’application de la notion de valeur sont très nombreux (économique, éthique, esthétique, politique, social). De façon relative, la notion de valeur trouve ses fondements dans l’économique par référence à l’utilité. On retrouve la même idée dans le caractère attachant d’une chose, mais dont la relation se trouve reposer sur un groupe social : l’intelligence est ainsi désirable, utile et possède alors une valeur mais aussi une “ bonne manière ”. Plus globalement, c’est à ce sens là que se rattache l’idée de valeur sociale. Au regard de cette conception, se trouve fondé le concept de valeur absolue, comme dans le domaine de l’éthique où ce concept tient une place essentielle dans la problématique de la moralité. Le concept de valeur se positionne enfin au regard du caractère d’une fin (être au service de telle valeur) qui peut être d’ordre esthétique, éthique, idéologique, politique ou religieux. L’agent ajuste sa conduite à la fin à laquelle il s’astreint. L’action rationnelle en valeur se trouve ainsi commandée par la valeur exclusive poursuivie et donc au centre de la morale de la conviction chez Max Weber (*Gesinnungsethik*) qui la distingue, par son caractère d’irrationalité, de l’activité rationnelle en finalité (*Zweckrational*).

Comme le souligne Ruwen Ogien³, les énoncés en termes de valeurs peuvent être évaluatifs, prescriptifs (impératif de type “ il faut ... ”) ou directifs et c’est ce qui fait

¹ P. Foulquié, *Dictionnaire de la langue philosophique*, P.U.F.; Paris, 1995, p. 750

² François Jullien, *Fonder la morale*, Grasset, Paris, 1995, p. 141

³ Ruwen Ogien, article “ normes et valeurs ”, *Dictionnaire d’éthique et de philosophie morale*, P.U.F., Paris, 1996, pp. 1052-1064

toute la difficulté du concept. La perspective les concernant peut être aussi bien axiologiques (à composante descriptive comme courageux, généreux etc ...) que normative (bien, mal, meilleur, pire etc ...).

Une des questions relatives aux valeurs est donc celle de l'existence d'une pluralité ordonnée des valeurs : l'agréable (les valeurs liées au fonctionnement d'un organe de sensibilité particulier), puis les valeurs vitales (l'accroissement de la vie, donc aussi ce qui est " noble "), les valeurs spirituelles (le beau, le juste, le vrai) et la valeur suprême (le sacré). C'est ce qui conduit à évoquer la différenciation possible des valeurs sur la base du critère de transposition dans d'autres contextes que celui du jugement de valeur initial, et le degré de convergence qu'elles requièrent pour fonder une communauté de jugements. C'est donc la perspective contextuelle qui interfère ici dans la mesure où le concept de valeur fonde la dialogique valeurs personnelles – valeurs impersonnelles.

A propos d'idéologie

Le concept est en lui même particulièrement difficile. Il bénéficie et il souffre à la fois de deux influences majeures dans ses fondements : celle d'une perspective politique avec Marx et Engels et celle de la réaction sociologique au " sens large " puisque l'on peut y inclure aussi les auteurs de l'ethnologie (de Max Weber à Raymond Boudon en passant par Pierre Bourdieu, Karl Mannheim⁴, Clifford Geertz⁵ et Louis Dumont⁶).

C'est Joseph Gabel qui signe l'article idéologie de l'*Encyclopedia Universalis*. Il souligne ainsi (tout comme nous l'avions signalé plus haut pour le concept de culture) l'existence d'une quantité considérable de définitions, ancrées le plus souvent dans le champ du politique, guettées par le dogmatisme. Le concept est présenté, soit de façon neutre (présentation systématique de ce qui est souhaitable), soit de façon péjorative. L'idéologie construit une vision du monde en structurant une vérité. Il est important d'en souligner " l'a-historicisme " et la vocation à constituer un socle de la résistance au changement.

Karl Mannheim, pour sa part, distingue le concept partiel et particulier (polémique et assumant le côté normalement égocentrique de la vie) de l'idéologie, de son concept total et général (structurel, auquel toutes les pensées sont redevables). A l'extrême,

⁴ Karl Mannheim, *Ideologie und Utopie*, Cohen Verlag, Bonn, 1929

⁵ Clifford Geertz, Ideology as a cultural system in *The interpretation of cultures*, Basic Books, New York, 1973

⁶ Louis Dumont, *Homo Aequalis, Genèse et épanouissement de l'idéologie économique*, Gallimard, Paris, 1977

l'idéologie – tournée vers le passé ou visant à “ faire durer l'état des choses (comme l'utopie d'ailleurs – tournée vers l'avenir et se rapprochant alors du concept de “ mythe social ”) est synonyme de “ fausse conscience ”.

Au sens strict du terme, comme tout concept ainsi construit, l'idéologie est la science des idées. Le suffixe *logos* indique deux choses : il s'agit de proposer une “ logique de ” et un “ discours sur ”, la “ logique de ” étant rendue intelligible par le “ discours sur ”. L'idéologie est ainsi corrélative, au XVIII^e siècle, du projet encyclopédique de Diderot & d'Alembert dans la mesure où il y est aussi bien question de classer des idées. Mais le projet idéologique ainsi formulé marque aussi son impasse. Sans doute était-ce le dernier possible ... Qui se hasarderait aujourd'hui à construire l'idéologie d'une encyclopédie sauf déjà contingente à un domaine ou alors en n'adoptant que l'ordre alphabétique. L'idéologie au sens premier du terme se trouve ainsi enfouie, sous l'ordre alphabétique, dans le jeu des corrélats. C'est cette acception qui a inspiré la perspective ethnologique qui tend en plus à faire englober par l'idéologie le monde de la représentation sociale en y incluant par exemple les symboles et les rites.

Dans une acception, qui domine largement aujourd'hui, il s'agit d'une “ *pensée théorique qui croit se développer abstraitement sur ses propres données, mais qui est en réalité l'expression de faits sociaux* ”⁷. C'est cette acception qui est à la fois à l'origine de la politisation et de la “ sociologisation ” du concept. C'est à ce titre que l'on n'échappe pas à son idéologie. L'idéologie va donc représenter l'idée fausse, la justification d'intérêts, de passions. La définition de l'idéologie se trouve coincée entre un concept neutre, une acception dogmatique (l'idéologie d'une société, d'un parti, d'une classe) et une acception péjorative dont on se sert pour déclasser les présupposés de l'autre. Dans tous les cas, c'est un “ système ” qui possède sa logique propre venant fonder des représentations (modèles, images, mythes ...). Comme le souligne Louis Althusser⁸, elle ne se distingue de la science, en tant que système de représentation, que par le fait que la fonction pratico-sociale l'emporte sur la fonction théorique. Les interprétations idéologiques ne sont pas le produit d'expériences concrètes mais une connaissance dénaturée venant contraindre l'individu à masquer les éléments de situation réelle. C'est ainsi qu'il s'agit bien pour Karl Marx de justifier, au nom de l'idéologie, le recours à la dialectique. C'est en cela que le concept d'idéologie marque ce projet d'essai sur le totalitarisme libéral dans sa vocation à démasquer les éléments d'une idéologie à l'œuvre aujourd'hui. L'idéologie est donc conservatrice dans la mesure où elle vise à faire durer un état donné des choses. L'idéologie n'est pas une

⁷ André Lalande, *Dictionnaire technique et critique de la philosophie*, P.U.F., Paris, 1991, p. 458

⁸ Louis Althusser, *Pour Marx*,

Yvon PESQUEUX

vision du monde (qui se réfère au cadre historique dans lequel elle se construit) ; sa caractéristique a-historique en fait le tribut d'une vision du monde. Elle opère par dégradation du sens dialectique du fait de son caractère égocentrique et identitaire. Le privilège accordé au présent vient se parer de vertus scientifiques et autorise à questionner le passé en fonction des catégories d'identification mises en avant (pour ce qui nous concerne ici, il y aurait toujours eu des entreprises ...).

Eve Chiapello⁹ va donc ainsi souligner la dualité qui existe entre la définition politique, focalisée sur la distorsion et la dissimulation, idéologie dévoilée grâce au soupçon et la définition culturaliste qui propose une perspective englobante pour laquelle, comme dans toute représentation sociale, la distorsion est postulée et pour laquelle l'idéologie s'appréhende grâce à un travail de compréhension de l'autre.

Une théorie de caractère scientifique peut jouer un rôle de justification idéologique dans le sens où il y est fait recours pour justifier la constitution d'une société en un système d'équilibre stable (et donc justifier toute opposition au changement ou "forcer" un changement univoque, le discours pouvant donc être celui du changement comme aujourd'hui pour l'entreprise et la société). C'est par ce détour que vient se constituer la "sociologisation" actuelle de l'idéologie avec la mise en avant des changements nécessaires au maintien de la stabilité sociale, les changements compatibles avec celle-ci et les fluctuations limitées autour d'une position d'équilibre. Les théories de l'équilibre sont ainsi particulièrement sujettes au détournement idéologique. Ce détournement intervient par "sursaturation" causale avec la dichotomisation entre des facteurs "amis" et des facteurs "ennemis". L'origine sociologique d'une théorie n'implique pas *a priori* de soupçon sur sa validité scientifique. C'est l'idéologisation des théories scientifiques et sociologiques qui pose problème.

Toujours pour étayer la thèse de la "sociologisation" du concept d'idéologie, en particulier au regard de la justification idéologique des représentations, référons nous à deux autres auteurs du champ de la sociologie (Luc Boltanski et Laurent Thévenot¹⁰) et remarquons aussi combien leur thèse et le modèle qui y est lié est si compréhensif. Le sujet général de leur ouvrage porte en effet sur la relation et les enjeux entre accord et discord. Pour cette étude, les auteurs vont donc construire un cadre permettant d'analyser à l'aide d'instruments théoriques les différentes logiques d'action (par

⁹ Eve Chiapello, L'esprit du capitalisme : une conception réconciliant deux sens principaux de la notion d'idéologie, in *Subjectivité et idéologie en stratégie d'entreprise*, Eléonore Mounoud (Ed), Ellipses, Paris 2002

¹⁰ Luc Boltanski & Laurent Thévenot, *De la justification - les économies de la grandeur*, Gallimard, NRF, Paris, 1991

référence à des “ mondes ” marchands, civique, industriel, etc ...) dans un projet de dépassement du clivage entre la sociologie et l'économie qui est peut aussi finalement une forme de contribution à la “ sociologisation ” du concept d'idéologie. Les auteurs vont en effet montrer qu'il existe six "mondes" différents qui constituent des sortes de cités correspondant à l'existence de pluralité des formes de généralités, cadres des représentations. L'hypothèse qu'ils défendent est ainsi que l'identification des mondes est une phase nécessaire pour construire des accords entre les agents par la reconnaissance d'un véritable “ impératif ” de justification. Les auteurs vont présenter les différents mondes à partir de l'analyse de manuels et de guides visant à enseigner la façon de se conduire avec discernement, dans des situations régies par chacune des formes de bien commun relevant de ces “ mondes ”. On est donc ici face à un décodage de “ noyaux ” idéologiques mais aussi de “ noyaux ” constitutifs d'une idéologie dans la mesure où ils déforment les représentations.

La difficulté d'investigation du concept d'idéologie croît lorsqu'il est nécessaire de constater que des théories scientifiques peuvent s'intégrer dans des ensembles idéologiques. Réciproquement, le contexte idéologique peut favoriser le déclenchement d'une démarche scientifique d'autant que le statut de la preuve comme celui de l'erreur possèdent un positionnement spécifique dans les sciences humaines et donc dans les sciences de gestion (si on en accepte l'existence en tant que telle). L'idéologie amène à biaiser le choix entre des conceptions scientifiques parallèles.

C'est en partie à ce projet que s'est intéressé Raymond Boudon.

L'analyse de l'idéologie effectuée par Raymond Boudon¹¹

L'auteur reconnaît en effet que les modèles développés par les sciences sociales constituent des simplifications de la réalité et induisent des stratégies de justification (*“ Les idéologies sont un ingrédient naturel de la vie sociale... les idéologies surgissent non pas bien que l'homme soit rationnel mais parce qu'il est rationnel ”*¹²). En effet, l'acteur social est toujours “ situé ”.

Il va articuler sa démonstration en se référant d'abord à quatre auteurs :

- Marx avec une conception de l'idéologie “ faussée ” (une ensemble de fausses idées) pour passer en force,

¹¹ Raymond Boudon, *L'idéologie*, Seuil, Collection Points, n° 241

¹² Raymond Boudon, *op. cit.*, p. 22

- Raymond Aron pour qui l'idéologie est une composition de jugements de faits et de jugements de valeurs,
- Shils pour qui l'idéologie est une forme de système de croyances positives et normatives,
- Geertz pour qui l'idéologie est simplification.

Raymond Boudon centre donc l'appréciation des définitions autour du critère de vérité. L'acception traditionnelle correspond à une forme de représentation de la réalité par un idéal-type (simplificateur et que l'on ne rencontre donc jamais) " dégradé " en préjugé. Elle s'appuie sur des doctrines de type scientifique en établissant un lien entre des actes symboliques (médiation par la métaphore) et des réalités par recouvrement des argumentations de type scientifique, rhétorique, exégétique. Il va ainsi se référer aux travaux de Mannheim où l'idéologique est vu comme mise en exergue des idoles (d'où la déformation liée aux " préférences " de départ comme par exemple avec le dogme des classes chez Marx).

A titre de synthèse provisoire, peut-être est-il d'abord nécessaire de percevoir l'idéologie non comme un état mais comme un processus où l'identification idéologique opère par simplification et répétition (incantation peut-on dire pour l'aspect péjoratif du terme idéologie).

C'est aussi en se référant à Paul Ricœur¹³ et à Jean Baechler¹⁴ qu'il est envisageable de discuter du concept d'idéologie.

La position de Paul Ricoeur

Paul Ricœur perçoit le concept d'idéologie en liaison avec celui d'utopie, idéologie et utopie étant tous deux les produits d'une imagination sociale et culturelle. L'imagination sert d'opérateur dans la mesure où, à la fois, elle déforme la réalité mais aussi elle structure notre rapport au monde. La déformation de la réalité en constitue l'aspect négatif et la structuration du rapport au monde l'aspect positif. En ce sens, nous ne sommes pas si éloignés de l'image, de la métaphore et de la figure dans leur vocation à offrir une intelligibilité de l'entreprise, de l'organisation ou du marché etc ... et d'une situation où l'idéologie sert clairement de cadre aux interactions sociales.

¹³ Paul Ricœur, *L'idéologie et l'utopie* - Seuil, Collection la couleur des idées, Paris, 1997

¹⁴ Jean Baechler, *Qu'est-ce que l'idéologie ?* - Gallimard, Paris 1976

Le processus de justification dans l'idéologie conduit à une première interrogation sur les rapports qui peuvent s'établir entre légitimité et idéologie. En se référant à Marx, Habermas, Weber, Mannheim, Fourier et Saint-Simon, Paul Ricoeur questionne le préjugé qui consiste à associer idéologie et utopie à illusion en omettant d'approfondir comment chacun d'eux se construit autour de structures symboliques. Cette conception de l'idéologie la fait entrer dans le champ de la représentation, comme une sorte de masque invisible où elle génère la représentation et vice-versa.

L'idéologie est une thématique récurrente de la philosophie politique et utile en cela pour qui s'intéresse à l'impensé politique des entreprises et des organisations. Il est nécessaire, à cet égard, de se référer à Karl Marx¹⁵. L'idéologie est alors considérée comme tout ce qui s'oppose à la *praxis*¹⁶ sur la base d'une dialectique : ce qui est considéré comme réalité est en fait idéologie, c'est-à-dire représentation inversée d'où la nécessité du renversement dialectique (l'homme est un individu qui travaille alors que l'idéologie offre la représentation d'un capitalisme, représentation abstraite et inversée du travail humain). Karl Marx propose ainsi un mode de pensée qui permettra de se libérer de l'idéologie car la compréhension de l'aliénation offre les conditions de son dépassement et cette aliénation est aussi justement ce qui nous concerne ici au travers du thème du client et du service.

C'est la vision de Karl Marx que critique en partie Paul Ricoeur sur le plan de sa logique interne : si l'idéologie déforme la réalité qui est celle d'individus concrets et Karl Marx s'oppose à cette distorsion de la réalité, le processus de modélisation (et donc d'une certaine manière toute approche scientifique) est ainsi en question. Il est vrai que la "réalité" de Karl Marx n'est pas celle d'individus concrets mais celle de l'infrastructure c'est-à-dire un ensemble d'entités objectives (rapports de production, formes de propriété), l'idéologie constituant le cadre de la représentation dans laquelle s'inscrivent ces formes, ce qu'il qualifie de superstructure (Etat, propriété privée ...) dont le processus de connaissance nous libère de l'idéologie. L'idéologie n'est donc pas de l'ordre de l'imaginaire mais du non-scientifique. Cette posture peut donc être qualifiée de structuraliste et non d'humaniste, position qui interdirait un tel fondement à l'anthropologie du client.

Louis Althusser déplace le champ du concept d'idéologie en l'élargissant à ce qui n'est pas consciemment assumé par un auteur. L'idéologie est ainsi perçue comme quelque

¹⁵ Karl Marx & Friedrich Engels, *l'Idéologie allemande* - Editions sociales, Paris 1972

¹⁶ Karl Marx fait jouer un rôle important à la praxis dans la mesure où l'action collective sous ses formes techniques, économiques et sociales peut être considérée comme fondement et juge de l'idéologie.

chose qui ne se comprend pas soi-même, approche fondamentalement structuraliste qui indique aussi sa limite : il y a ainsi du sens qui s'exprime dans un champ sans que cela ne soit assumé par les auteurs qui s'y intéressent d'où le problème du sens des théories, sens qu'elles offrent par les représentations au travers desquelles elles s'expriment.

Rappelons alors la vision programmatique proposée par Jean Baechler qui définit l'idéologie comme un opérateur qui se manifeste par deux aspects : une simplification au travers des représentations sur lesquelles elle s'appuie afin de les rendre opérantes et une incantation construite sur ces représentations. Simplification parce qu'elle réduit la complexité des situations à une intelligibilité factice et incantation car il s'agit de répéter inlassablement les "slogans" issus de cette simplification et que les moyens de répétition sont aujourd'hui d'une force inégalée. Dans ce jeu d'aller - retour entre vérité supportée par la métaphore et création des éléments de réalité qui aillent dans ce sens là, le marché, qui est ici vu comme fondement de la socialité en offre ainsi la représentation. Les modes effectifs d'organisation de la socialité se doivent d'aller dans ce sens ("déréglementation" de l'appareil légal pour que les offreurs puissent offrir "au mieux" leurs prestations, en tous les cas au moins au lieu et place d'une offre publique, privatisations pour que cette offre soit bien celle d'entreprises qui, du fait des méthodes qui y sont à l'oeuvre, ne peuvent ainsi offrir que les meilleures prestations possibles ...).

A propos du " Qu'est-ce que l'idéologie ? " de Jean Baechler

C'est en soulignant combien écrire sur l'idéologie est une entreprise périlleuse du fait de l'arbitraire dans la définition du concept que Jean Baechler nous aide à indiquer les contours du projet qui est ici d'envisager l'entreprise, l'organisation, le marché etc ... et le discours dominant qui les légitime. C'est pourquoi cette question de l'idéologie est ici aussi importante. Jean Baechler va en effet construire les développements qu'il offre dans l'examen de la question de l'idéologie en lecture parallèle, en tressage pourrait-on dire, avec celle de liberté.

La nature de l'idéologie est, pour lui, celle d'un discours qui tend à générer des valeurs qui servent de référence à l'exercice du pouvoir dans une société. Il s'agit d'un processus de transformation des passions en valeurs. La dimension qu'il en donne est donc fondamentalement politique, ce qui est ici aussi la position de cet ouvrage et soulignons avec lui que à ce titre, "*une idéologie n'est ni vraie, ni fausse, elle ne peut être qu'efficace ou inefficace, cohérente ou incohérente*" (p. 61). Mais elle est aussi métaphysique puisque l'auteur nous dit que l'idéologie permet de transformer des

passions en valeurs. A ce titre, elle nous pose donc la question de savoir ce qu'est une "valeur individuelle" au regard du projet de fondement des besoins par les désirs au travers de la figure du client.

L'idéologie remplit donc plusieurs fonctions :

- Le ralliement, la reconnaissance des acteurs d'un même univers de pensée,
- La justification de ses croyances qui permette de dessiner les contours du groupe des adversaires et de celui des partisans,
- Le voilement des intérêts, en particulier ceux de la classe dominante,
- La désignation des choix proposés aux partisans ou de ceux qui peuvent l'être, ce qui constitue le cadre de l'univers du choix dans les sociétés politiques pluralistes, en offrant le cadre d'une représentation du choix ; à ce titre, l'idéologie ne porte pas seulement sur les valeurs mais également sur les fins et les buts comme moyens intermédiaires d'obtention des valeurs,
- La perception en simplifiant les données car elle permet de manipuler des "totalités" et de se déterminer sur l'avenir.

Il va ensuite se consacrer à l'analyse de la demande idéologique à partir des catégories suivantes :

- La demande globale d'idéologie qui dépend du degré de consensus qui règne dans la société (plus ce degré est faible, plus la demande d'idéologie est élevée), de l'intensité des conflits politiques (qui peut être d'autant plus élevée que le consensus est fort) et l'extension des conflits politiques (plus les choix sont nombreux et plus la demande idéologique est forte).
- La demande émanant des groupes avec des critères de contingences comme l'âge (la demande d'idéologie décroît avec l'âge), l'instruction (qui, accroissant les doutes, augmente la demande d'idéologie), la hiérarchie sociale (qui conduit au thème du voilement des intérêts de la classe dominante, à la contestation de celle-ci par la "canaille"), le genre (où les hommes des sociétés occidentales, en position de domination dans la sphère publique sont d'autant plus demandeurs).
- La demande individuelle dépend des caractéristiques psychologiques d'adéquation à une position où partisans, politiciens et chercheurs d'absolu seraient des demandeurs structurels d'idéologie.

Après la demande, Jean Baechler nous invite à l'examen de l'offre idéologique :

- La matière première idéologique est constituée par le mythe, la religion, les moeurs, l'éthique, les propositions rationnelles qui sont mises en avant mais l'idéologie est,

suivant la métaphore que nous propose l'auteur, un parasite qui se nourrit et corrompt les éléments précédents.

- Le produit du parasitage est d'ordre discursif mais aussi symbolique.
- Les producteurs sont des intellectuels dont l'influence dépend de la consistance plus ou moins grande de la société civile face à l'Etat.

Quand il nous parle de “ noyaux idéologiques ”, il souligne que l'idéologie, produite par les intellectuels, consiste en un discours rationnel pouvant faire appel à la science et motivé par une passion. La passion et la valeur sont le commencement et la fin de l'idéologie et en déterminent par conséquent les grandes lignes.

Les systèmes idéologiques se développent à partir des noyaux sur la base des thèmes suivants :

- Les questions fondamentales citées par Jean Baechler sont celle du Mal pour laquelle il distingue la position dualiste du libéralisme (l'individu est le lieu du tressage du Bien et du Mal), celle des positions monistes (qui sont représentées par le socialisme, le nationalisme et le fascisme). La question du pouvoir y est ainsi traitée de façon très différente : dans le libéralisme, le pouvoir est à la fois un Bien et un Mal, il ne possède pas de limite intrinsèque à son expansion et c'est un pouvoir divisé alors que le socialisme prône la disparition du pouvoir là où nationalisme et fascisme défendent son hypertrophie. Le libéralisme prend racine dans la philosophie des Lumières et défend un ordre rationnel et vient fonder un libéralisme restreint.
- Les phagocytoses caractérisent le fait que les idéologies ont tendance à absorber les discours non idéologiques, en particulier des mythologies mais aussi des moeurs. Et c'est bien de cela dont il est question pour ce qui concerne l'anthropologie du client et du rapport marchand aujourd'hui. Mais là où Jean Baechler notait la spécificité du libéralisme dans sa faible propension à la phagocytose, il faut mettre en avant aujourd'hui, à la faveur du renouveau du libéralisme, l'activation de cet aspect là.
- La prolifération idéologique à partir d'un principe que Jean Baechler qualifie de développement doctrinal (réponses idéologiques apportées à toutes les questions possibles) et du principe de l'hérésie qui consiste à s'emparer d'un élément d'une doctrine et de le développer en ignorant le contexte. L'hérésie signifie “ dissidence ”. Elle menace l'unanimité qui constitue le corps de la doctrine principale. Il vise des dérives en “ isme ” : parlementarisme, régionalisme, libéralisme ...

Jean Baechler nous invite alors à l'examen du thème de la consommation idéologique qui indique la difficulté de proposer des règles de validité générale du passage à la consommation. Il peut donc s'agir d'une "civilisation", d'une société, d'un groupe, d'un individu. Le choix relève de l'existence d'une pluralité qui est toujours garantie au niveau de la civilisation et de la société, mais pas forcément au niveau du groupe ou de l'individu. Le choix peut exprimer une réalité profonde en particulier au travers de l'opposition du choix d'autrui (oppositions parents - enfants, maître - esclave etc ...). Un autre type de motivation relève de l'initiation. Il est de ce fait possible de mélanger un grand nombre de traits idéologiques et d'emprunter des éléments d'autres idéologies incompatibles. Jean Baechler note aussi la possibilité d'exprimer un choix idéologique en ne retenant qu'un seul aspect. "*Toute idéologie est passible d'une définition dure ou molle, avec tous les intermédiaires*"¹⁷.

Jean Baechler nous invite alors à réfléchir en termes de chances des idéologies dans leur vocation à plaire, ce qui est cohérent avec la thèse de la passion. Les idéologies s'actualisent. L'auteur avance ainsi l'hypothèse de l'efficacité de la civilisation occidentale dans sa capacité à traiter rationnellement les intérêts conduisant ainsi à l'élimination du combat entre ennemis au profit des concurrences entre les adversaires. Les passions créent les ennemis et les intérêts, les adversaires et cette idéologie-là, du fait des représentations qui sont les siennes, permet de traiter les passions en intérêts.

Au-delà de la rationalité, la croyance et l'irrationnel : l'idéologie comme "attracteur"

Au-delà de la rationalité s'inscrit, avec l'idéologie, la croyance et l'irrationnel, y compris dans les formes apparemment les plus rationnelles. Conformément aux thèses de Jürgen Habermas¹⁸, ce qui est institutionnel dépasse la forme juridique et légale qui la matérialise et comprend ainsi des médiations symboliques qu'il est important d'intégrer à l'analyse des représentations d'où la nécessité de questionner cet élément-là quand on veut parler d'entreprise, d'organisation, de marché etc ... Au sein de toute connaissance s'exprime donc, aux yeux de Jürgen Habermas, un intérêt et, parmi ceux-ci, un intérêt pour le contrôle et la manipulation, objet des sciences empiriques.

Mais Paul Ricoeur est, pour sa part, en quête d'une manière d'unifier les perspectives de politisation et de "sociologisation" du concept d'idéologie. Comme le souligne Eve

¹⁷ Jean Baechler, *op. cit.*, p. 315

¹⁸ Jürgen Habermas, *La technique et la science comme idéologie*, Gallimard, coll. Tel
Yvon PESQUEUX

Chiapello¹⁹, “ *L'idéologie dans sa fonction d'intégration du groupe donne un sens à l'organisation sociale et politique d'une société donnée, à l'ordre social. Il faut ici concevoir le sens comme un ordre, sans devoir se référer à la hiérarchie ou au pouvoir. L'ordre est en premier lieu celui que produit la division sociale des activités. C'est une forme, un agencement ; il faut le penser en termes d'organisation. L'intégration à la société institue cet ordre-là et lui confère une acception plus restreinte qui met l'accent sur le commandement et la hiérarchie* ”. L'idéologie est ainsi une forme de réduction des tensions entre les prétentions à la légitimité liée à l'exercice du pouvoir et la croyance en cette légitimité provenant des citoyens.

Mais c'est là aussi que Paul Ricoeur introduit l'utopie : l'utopie de la communication, chez Jürgen Habermas, fonctionnerait comme une représentation permettant d'éviter la rationalité instrumentale dont le sens est absent. En d'autres termes, la critique de l'idéologie est bâtie sur l'utopie d'une communication sans contrainte. C'est aussi l'utopie d'un client et d'une société vouée au service du client qui constitue aussi bien l'idéologie d'un monde marchand que l'utopie d'un monde meilleur. L'utopie vient donc offrir, pour Paul Ricoeur, le cadre du jugement de l'idéologie²⁰ : “ *c'est toujours du point de vue de l'utopie naissante qu'il est possible de parler d'une idéologie moribonde. Ce sont le conflit et le croisement de l'idéologie et de l'utopie qui donnent à chacune d'entre elles tout son sens* ”. Dans les deux cas, il se réfère à Karl Mannheim qui souligne qu'idéologie et utopie ont en commun d'être en désaccord avec la réalité mais que là où l'idéologie défend l'ordre établi, et donc contribue à conforter sa légitimité, l'utopie le conteste. Ce serait donc toujours au nom d'une utopie qu'il est possible de critiquer une idéologie. L'utopie permettrait ainsi de révéler ce qui semble aller de soi comme critiquable. C'est parce qu'elle énonce quelque chose d'étrange qui peut d'ailleurs apparaître fantaisiste qu'elle permet de douter de la représentation figée par l'idéologie.

Il est donc tout aussi difficile d'échapper à l'idéologie qu'à l'utopie qui mettent toutes deux en avant l'importance de l'imagination et de son pouvoir pathologique d'où le double mouvement idéologie - utopie où les représentations idéologiques permettent de juger des pathologies de l'utopie et les positions de l'utopie permettent de réduire les rigidités de l'idéologie mais aussi de donner un contenu à l'image et à la métaphore.

C'est donc sur une telle position épistémologique qu'il est possible de s'appuyer pour fonder les postures qui permettent de parler de l'entreprise, de l'organisation etc ... et de

¹⁹ Eve Chiapello, *op. cit.*

²⁰ Paul Ricoeur, *op. cit.*

fonder les principes de la justification de ses modes politiques. Il ne s'agit pas ici de se consacrer à un raccourci qui ferait de l'entreprise, de l'organisation une nouvelle forme de totalitarisme. La situation est plus subtile qu'il n'y paraît. On pourrait la formuler comme étant du "totalitarisme à visage humain", c'est-à-dire un univers de contrainte et de soumission mais volontaire donc idéologique mais aussi fragile. Il s'agirait plutôt de commenter les éléments du subterfuge qui est celui du "moment libéral" qui enserme tous ces éléments dans un même univers aux effets bien réels et comment la figure du client et du service viennent révéler cette situation là "en creux".

Eve Chiapello²¹ nous offre donc un commentaire de Paul Ricoeur pour justifier le passage d'une politisation à une "sociologisation" du concept d'idéologie. Elle propose ainsi de souligner que, face à l'opération de masquage et donc face aux distorsions soulignées par Karl Marx qui fait de l'idéologie un mode de légitimation en force d'intérêts spécifique, Max Weber propose, dans une perspective "culturaliste" une vision de l'idéologie comme mode de construction d'une légitimité par son poids symbolique sur les représentations. A la légitimation "en force" correspondrait ainsi la légitimité "en justice" avec une logique de résultante identique : la construction d'un système d'interprétation venant "borner" le champ des possibles à l'intérieur d'un cadre qui organise en même temps perception et action. Et finalement, à la perspective du pouvoir chez Marx correspond bien en effet celle de la domination chez Max Weber.

Il s'agit donc ici de souligner les deux effets de l'idéologie dans le rapport à la pratique, sa troisième fonction étant de faire perdurer l'identité du groupe. Le concept s'inscrit donc dans une posture déterministe, l'idéologie étant à même de fournir une intelligibilité des modes de contrôle à l'œuvre dans des dimensions sociales et politiques. La prise en compte de l'idéologie est à même de rendre compte de la nature du pouvoir et de l'ordre de production d'idées légitimantes des rapports entre dominants et dominés.

La difficulté du recours au concept d'idéologie est donc ainsi liée à la difficulté d'intégrer les deux perspectives :

- celle de la légitimation qui conduit à la construction de "fausses" consciences dans un univers de conformisme,
- et celle de la légitimité qui est justification c'est-à-dire procès de masquage des forces qui sont alors considérées comme "normales" dans un univers de conformité.

Avec la légitimation, on va pointer les raisons qui forcent les croyances et avec légitimité, on va venir pointer les raisons qui fondent le droit, les règles, l'autorité.

²¹ Eve Chiapello, *op. cit.*
Yvon PESQUEUX

Politisation et “sociologisation” du concept d’idéologie viennent donc construire une oscillation dont il est difficile de sortir. L’idéologie ne peut être à la fois un masque à critiquer radicalement et une logique d’efficacité crédible.

Si l’on considère l’idéologie comme un processus (c’est-à-dire une ensemble d’idées “faits” et d’idées “propositions” venant “faire système”) et compte tenu des catégories mises en évidence ci-dessus, il semble possible d’ajouter une troisième perspective, celle de la justification mimétique.

La référence est alors René Girard²², sortie de sa perspective de compréhension du monde judéo-chrétien²³. “*Il n’y a rien ou presque, dans les comportements humains, qui ne soit appris, et tout apprentissage se ramène à l’imitation. Si les hommes tout à coup cessaient d’imiter, toutes les formes culturelles s’évanouiraient*”²⁴. Mais en même temps, l’imitation est réprimée volontairement, principalement pour éviter la violence liée au désir d’un objet convoité par un autre. L’imitation est donc à la fois ciment et menace pour la cohésion sociale, d’où le fait de la canaliser par le rite (reproduction d’un conflit passé pour le vider de toute violence) et l’interdit (des éléments donnant lieu au désir mimétique introduisant une rivalité), généralement en référence au sacré. En opposition au sacré, la modernité se caractérise par un processus de désacralisation qui conduit les acteurs à se référer à une représentation commune (le modèle) bénéficiant des attributs de la rationalité et menant à une homogénéisation de la société, d’où la normalisation par mimétisme.

On aboutit alors à la trilogie suivante :

- l’idéologie comme “vérité en force”, approche politique où simplification et incantation jouent sur le registre de la déformation au profit des intérêts d’une catégorie dominante où c’est la légitimation qui prévaut ;
- l’idéologie comme “vérité en ressemblance”, approche psychologique venant construire une perspective où c’est le conformisme qui prévaut ; cette perspective permet aussi le passage de la première acception (vérité en force) à la suivante (vérité en légitimité) ;
- l’idéologie comme “vérité en justice”, approche sociologique venant s’intégrer dans une théorie active de la connaissance vue dans une perspective culturaliste où c’est la légitimité qui prévaut ;

²² René Girard, *Des choses cachées depuis la fondation du monde*, Grasset, Paris, 1978

²³ Les éléments de ce paragraphe ont été discutés avec Agnès Nabet, Doctorante du CREFIGE, Université de Paris IX Dauphine, Paris, 2001

²⁴ René Girard, *op. cit.*, p. 15

L'issue se trouve peut être dans le recours au concept “d’attracteur”, l'idéologie pouvant être ainsi vue comme un “attracteur” héritant des trois composantes (politisation – légitimation et passage en force, “sociologisation” - légitimité et passage “en justice”, conformisme et passage en ressemblance).

L'idéologie vue comme un attracteur pose la question des “références ultimes”, références à la fois d'ordre social et culturel pour qu'idéologie et culture fassent “système”. C'est pourquoi nous proposons ici d'essayer de parvenir aux “fondamentaux”, c'est-à-dire aux éléments qui permettraient d'expliquer comment nous pensons et de voir en quoi ces fondamentaux constituent des éléments permanents susceptibles d'offrir une meilleure intelligibilité aux “moments de gestion”, moments essentiellement variables et fugitifs qui sont notre objet d'étude en “science des organisations”.